

# METODI ESISTENTI PER IL FINANZIAMENTO DI CONTENUTI POSITIVI E SERVIZI

La tabella per il finanziamento di idee fornisce una panoramica sulle possibilità di finanziamento esistenti, spiega come funzionano, mette in evidenza i vantaggi e gli svantaggi e fornisce informazioni su come utilizzarli con successo.

Il suo fine è quello di

+ aiutare a capire cosa possono fare queste categorie per tutti i tipi di produttori e fornitori, come assisterli e

+ mostra come ogni idea abbia dei vantaggi e degli svantaggi che devono essere valutati con cautela.

METODO DI FINANZIAMENTO	SPIEGAZIONE	ESEMPI	PRO	CONTRO	AVVERTENZE
Finanziamenti pubblici	<ul style="list-style-type: none"><li>Finanziamenti pubblici: sovvenzioni, finanziamenti di progetti, le istituzioni pubbliche sono fornitori, ecc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Emittente pubblico</li><li>Governo/Ministeri</li><li>Settore pubblico</li><li>Programma di finanziamento pubblico</li><li>Sovvenzioni</li><li>Borse di studio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sicurezza dei fondi</li><li>Reputazione positiva e fiducia</li><li>Continuità</li><li>Rete e coordinamento</li><li>Pubbico vasto</li><li>Scopi non commerciali</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Fondi limitati</li><li>Restrizioni</li><li>Spesso non finanziamento totale (finanziamento a copertura parziale)</li><li>Programmi di finanziamento pubblico con procedure complesse/restrizioni</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Le possibilità di finanziamento pubblico sono disponibili su diversi livelli: europeo, nazionale, federale o di governo regionale, comuni</li><li>Ricerca su tutti i livelli e, se possibile, combinazione di forme diverse di finanziamento</li></ul>
Pubblicità	<ul style="list-style-type: none"><li>Permette la pubblicità direttamente sui contenuti/servizi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Annunci sotto forma di banner, riquadri, pop-up, pre-video ecc.</li><li>Pubblicità in videogiochi o in applicazioni</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Può essere un metodo efficace per guadagnare denaro da investire nel progetto.</li><li>La pubblicità online può essere facilmente realizzata.</li><li>È in grado di raggiungere una vasta gamma di pubblico</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Non affidabile: link esterni/pagine di rimando potenzialmente dannose</li><li>Complessa da tenere sotto controllo</li><li>Reputazione negativa</li><li>Alcune forme possono essere di disturbo e irritare gli utenti</li><li>Non facile da impiegare di concerto con altri partner, in particolare con enti pubblici</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>La pubblicità deve essere implementata accuratamente. Devono essere accettati i limiti sull'utilizzo di pubblicità online relativamente a contenuti positivi e servizi e la supervisione complessa.</li></ul> <p>→ Fare riferimento anche ai criteri POSCON relativamente agli elementi commerciali dei contenuti positivi e dei servizi (pubblicità, sponsorizzazione, acquisti online, ecc.)</p>
Sponsorizzazione	<ul style="list-style-type: none"><li>Simile alla pubblicità</li><li>Il supporto a marchi/aziende e l'investimento in un progetto consente di guadagnare visibilità</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sponsorizzazione dell'intero contenuto/servizio o oppure solo in una parte di essi (specifici progetti, eventi, ecc.)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Possibilità di realizzare di più nel proprio progetto</li><li>Possibilità di collaborazione e realizzazione di una rete</li><li>Più pubblicità: più ampia diffusione e visibilità attraverso lo sponsor</li><li>Incentivi per i marchi (reputazione positiva, crediti d'imposta)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Difficile da trovare</li><li>La decisione a favore dello sponsor può essere complessa: storia/reputazione del marchio, principi morali</li><li>Sostenibilità non a lungo termine</li><li>Possibilità di interferenze da parte dello sponsor</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Possono diventare sponsor anche le istituzioni pubbliche</li><li>Molte aziende commerciali hanno dei programmi di responsabilità sociali d'impresa (CSR) ai quali fare riferimento</li><li>Gli sponsor non devono necessariamente operare vicini agli obiettivi del progetto</li><li>Può essere utilizzato più di uno sponsor contemporaneamente</li></ul> <p>→ Fare riferimento anche ai criteri POSCON relativamente agli elementi commerciali dei contenuti positivi e dei servizi (pubblicità, sponsorizzazione, acquisti online, ecc.)</p>
Azienda	<ul style="list-style-type: none"><li>Le aziende realizzano i propri contenuti positivi/servizi per bambini nel settore di competenza</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Aziende commerciali</li><li>Emittenti private</li><li>Case editrici</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Incentrati sul settore di competenza, esperti</li><li>Hanno interesse nel produrre contenuti per il loro gruppo di destinazione</li><li>Sostenuti dal successo dell'azienda (risorse, pubblicità, reputazione)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Popolare vs. positivo: deve essere commercialmente di successo</li><li>La sopravvivenza del progetto dipende dal successo commerciale dell'azienda</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Essere il più trasparente possibile sulla storia commerciale e su chi sta realizzando il contenuto/servizio.</li></ul> <p>→ Fare riferimento anche ai criteri POSCON relativamente agli elementi commerciali dei contenuti positivi e dei servizi (pubblicità, sponsorizzazione, acquisti online, ecc.)</p>
Contenuti a pagamento	<ul style="list-style-type: none"><li>Costi/commissioni</li><li>Commissione per iscrizione/account</li><li>Modelli freemium</li><li>Acquisti online</li><li>Acquisti In-app purchase</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Acquisti a pagamento (commissione per download)</li><li>Piattaforme complesse/giochi online</li><li>Merchandising</li><li>Versioni gratuite/limitate con possibilità di versioni premium/upgrade</li><li>In-app purchases</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Guadagnare i costi di produzione e la possibilità di profitti</li><li>Sostenibile e possibilità di finanziamento a lungo termine</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Rabbia e frustrazione da parte dei bambini e dei genitori se verificano costi imprevisti o non segnalati</li><li>Un reputazione negativa (tattiche aggressive, metodi non trasparenti) deve essere superata.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Essere il più trasparente possibile su costi/commissioni/possibilità di acquisto sul proprio contenuto/servizio. È ragionevole chiedere una commissione per contenuti di qualità, ma deve essere comunicato in modo chiaro e trasparente.</li></ul> <p>→ Fare riferimento anche ai criteri POSCON relativamente agli elementi commerciali dei contenuti positivi e dei servizi (pubblicità, sponsorizzazione, acquisti online, ecc.)</p>
Crowd-sourcing/Finanziamento dal basso	<ul style="list-style-type: none"><li>Raccolta di fondi dalla comunità online / tramite le piattaforme di donazione online</li><li>E/O</li><li>Condivisione di esperienze e competenze (su base volontaria) per specifici progetti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>finanziare progetti o parti di essi attraverso donazioni pubbliche tramite piattaforme dedicate, ad es. kickstarter, betterplace, startnext, indiegogo ecc.</li><li>Realizzazione di progetti tramite lavoro di volontariato da parte di esperti in determinati settori: design, programmazione, insegnamento, pubbliche relazioni, ecc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sensibilizzare gruppi di destinazione specifici come i genitori</li><li>Nessuna spesa fino al raggiungimento del budget previsto dal finanziamento</li><li>La somma specifica può essere aumentata</li><li>Motivazione elevata ed interesse dei volontari</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Successo non proiettabile</li><li>Non sostenibile per progetti a lungo termine</li><li>Difficoltà di gestione dei vari volontari</li><li>Le esigenze del progetto non possono essere sempre soddisfatte</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Le piattaforme di finanziamento collettivo online operano con meccanismi di ricompensa: coloro che contribuiscono ed i donatori ricevono in cambio qualcosa di speciale (anteprima non ufficiale, invito alla festa di inaugurazione, un ruolo attivo durante il processo di design, ecc.). Ciò vale anche per volontari ed esperti che investono competenze ed impegno. Pensare di elencare i propri contributori, scrivere lettere di raccomandazione o consegnare degli attestati (ad es. per studenti).</li></ul>
Impegno No-profit	<ul style="list-style-type: none"><li>Iniziative No-profit, fondazioni</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Associazioni fondate da membri (ad es. aziende)</li><li>Progetti finanziati da fondazioni</li><li>Finanziamento attraverso donazioni</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Fini non commerciali</li><li>Affidabilità, reputazione positiva</li><li>La qualità elevata è l'aspetto principale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Dipendente dal mantenimento dei fondi esterni: di aziende, sovvenzioni, fondazioni</li><li>Nessun partecipazione ad attività di profitto/ metodi di finanziamento di partner commerciali</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ampio spettro di possibili partner finanziari: del settore pubblico, ma anche privato, possibilità anche di sponsor e donazioni</li><li>Molte aziende commerciali hanno dei programmi di responsabilità sociali d'impresa (CSR) i quali possono essere utilizzati.</li><li>Partner/soci dovrebbero operare vicino agli obiettivi del progetto.</li></ul>
Impegno privato	<ul style="list-style-type: none"><li>Soggetto privato/ente che realizza il progetto per conto suo senza finanziamenti esterni</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Blog, applicazioni, giochi online</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Molto liberi nel processo decisionale, nessun legame ai partner</li><li>Guidati dalla passione</li><li>Elevata qualità e risultati positivi</li><li>Permesso per uno sviluppo radicale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sostenibilità basandosi sulla motivazione personale e l'impegno</li><li>Gestione del tempo e delle risorse</li><li>Bisogno di partner e di risorse se il progetto cresce</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Un'idea può essere realizzata passo dopo passo con delle risorse limitate, in un'atmosfera di apprendimento attraverso il fare con software e strumenti gratuiti. Quando il progetto cresce possono essere coinvolti dei partner portando la loro esperienza o finanziamenti.</li></ul>